

ZAIM SHAH

STRATEGI PEMBUATAN TERHADAP PRESTASI IKS

**STRATEGI PEMBUATAN TERHADAP
PRESTASI SYARIKAT INDUSTRI KECIL
DAN SEDERHANA (IKS)**

ZAIM SHAH BIN ADNAN@NASIR

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

JULY 2009

MBA 2009

STRATEGI PEMBUATAN TERHADAP PRESTASI SYARIKAT INDUSTRI KECIL DAN SEDERHANA (IKS)

By

ZAIM SHAH BIN ADNAN@NASIR

**Project paper submitted to College Of Business, Universiti Utara Malaysia, in
fulfillment of the requirement for the degree of master of business administration.**

© Zaim Shah Adnan@Nasir, 2009. All copyright served.

KEBENARAN MERUJUK PROJEK SARJANA

Projek Sarjana ini dikemukakan bagi memenuhi sebahagian daripada keperluan pengijazahan program Ijazah Sarjana Pengurusan Perniagaan (MBA), Universiti Utara Malaysia. Saya juga bersetuju membenarkan sebarang bentuk lisan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian Projek Sarjana ini untuk tujuan akademik dengan kebenaran penyelia atau Penolong Timbalan Naib Canselor, Kolej Perniagaan. Sebarang bentuk salinan atau cetakan bagi tujuan komersial dan membuat keuntungan adalah dilarang tanpa kebenaran bertulis penyelidik. Penyertaan rujukan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia perlulah dinyatakan jika sebarang bentuk dibuat ke atas Projek Sarjana ini. Kebenaran bagi menggunakan Projek Sarjana ini sama ada keseluruhan atau sebahagian perlulah dipohon melalui:

Penolong Timbalan Naib Canselor

Kolej Perniagaan

Universiti Utara Malaysia

06010 Sintok, Kedah.

STRATEGI PEMBUATAN TERHADAP PRESTASI SYARIKT INDUSTRI KECIL DAN SEDERHANA (IKS)

Abstrak

IKS Malaysia merupakan antara pemangkin utama terhadap pertumbuhan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) dan Keluaran Negara Kasar (KNK) Negara. Pelbagai usaha dan galakan diberikan menerusi bajet 2010 bagi membolehkan IKS membantu meningkatkan pendapatan Negara, mengurangkan jurang kemiskinan dan seterusnya meningkatkan pendapatan perkapita penduduk, mewujudkan agihan pendapatan yang sekata, mengurangkan kadar inflasi, mewujudkan imbangan pembayaran yang seimbang serta bertindak sebagai pelengkap kepada industri yang lebih besar. Ketidaktentuan ekonomi dunia dan harga bahan mentah yang tidak stabil memerlukan IKS mengatur strategi terutamanya dalam strategi pembuatan supaya IKS mampu bersaing dalam pasaran. Bertitik tolak dengan masalah tersebut maka kajian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmanakah hubungan strategi pembuatan iaitu kualiti, kos, tahap penghantaran dan tahap fleksibel kepada prestasi syarikat. Sampel telah dikenalpasti melalui maklumat yang disediakan daripada kilang di bawah bimbingan MARA dan SME bank serta kilang makanan halal di Padang Tembak, Kelantan iaitu sangat sesuai untuk mengetahui strategi pembuatan. Sebanyak 358 soal yang selidik telah diedarkan kepada responden dan hasilnya 112 soal selidik berjaya dikutip semula iaitu sebanyak 31.3% kadar responden telah diperolehi. Bagi tujuan menganalisis maka penyelidik menggunakan analisis deskriptif dan ANOVA. Hasil kajian menunjukkan bahawa semua pembolehubah dalam strategi pembuatan sememangnya mempunyai hubungan terhadap prestasi syarikat.

MANUFACTURING STRATEGY TOWARD COMPANY PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM INDUSTRI (SMI)

Abstract

Malaysian Small Medium Industry (SMI) is between major catalyst on Gross Domestic Product growths and Gross National Product Country. A various of effort and encouragement given through 2010 budget to enable SMI helps increase country revenues, reduce poverty gap and further improving citizens per capita income, create regular income distribution, reduce inflation rate, creates balancing in balance of payment and acts as complement bigger industry. Unstable in world economics and raw material prices uncertainty need SMI regulates strategy especially in manufacturing strategy so that SMI can competes in market. So refer to this problems, the aim's this study is to knows how manufacturing strategy relationship namely quality, cost, delivery and level flexible to company performance. Sample has been identified through information prepared by factory under MARA, SME banks and halal food factory in Padang Tembak, Kelantan namely particularly suitable to knows manufacturing strategy. As much as 358 research questions was removed to his respondent and result 112 questionnaires succeed to picks again namely as much as 31.3% respondents rates were obtained. The analyzes purpose the researcher use descriptive analysis and ANOVA. The research results showed that all the variables in manufacturing strategy undeniably had relationship on company performances.

ISI KANDUNGAN

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
	Kebenaran mengguna	i
	Abstrak (bahasa Melayu)	ii
	Abstract (Bahasa Inggeris)	iii
	Isi kandungan	iv
	Senarai jadual	x
	Senarai rajah	xiii
	Senarai singkatan	xiv
	Penghargaan	xvi
	Dedikasi	xvii
BAB 1	PENGENALAN	
	1.1 Pengenalan	1
	1.2 Pernyataan masalah	2
	1.3 Hipotesis kajian	4
	1.4 Objektif kajian	4
	1.4.1 Objektif umum	4
	1.4.2 Objektif khusus	5
	1.5 Skop kajian	5
	1.6 Kepentingan kajian	6
	1.7 Batasan kajian	7

BAB 2	ULASAN KARYA	
2.1	Pendahuluan	8
2.2	Definisi IKS di Malaysia	8
2.3	Definisi IKS di negara terpilih APEC	10
2.4	Bajet 2010	14
2.5	Keperluan dalam peningkatan prestasi syarikat IKS	15
2.6	Keperluan dalam strategi pembuatan dalam IKS	16
2.6.1	Keperluan dalam kualiti	16
2.6.2	Keperluan dalam kos	17
2.6.3	Keperluan dalam tahap penghantaran	18
2.6.4	Keperluan dalam fleksibel	19
2.7	Prestasi syarikat secara umum	19
2.8	Startegi pembuatan secara umum	24
2.8.1	Kualiti produk	24
2.8.2	Kos	30
2.8.3	Tahap penghantaran	33
2.8.4	Fleksibel	34
2.9	Model kajian	36
BAB 3	METHODOLOGI	
3.1	Pendahuluan	37
3.2	Rekabentuk kajian	37
3.3	Rekabentuk pensampelan	38
3.4	Kaedah pengumpulan data	39
3.4.1	Soal selidik	39

BAB 4	3.5	Cara pemberian Markat	48
	3.6	Tinjaun Rintis	49
		HASIL KAJIAN	
	4.1	Pengenalan	51
	4.2	Latar belakang responden	52
	4.2.1	Jantina	52
	4.2.2	Bangsa	53
	4.2.3	Agama	53
	4.2.4	Kelulusan	54
	4.2.5	Umur	54
	4.2.6	Pengalaman sebelum menjadi usahawan	55
	4.2.7	Pendapatan bulanan	56
	4.2.8	Penubuhan syarikat	57
	4.2.9	Bilangan pekerja	57
	4.2.10	Jenis perniagaan	58
	4.3	Faktor analisi dan kepercayaan	59
	4.3.1	prestasi syarikat IKS.	62
	4.3.2	kualiti.	63
	4.3.3	kos	64
	4.3.4	tahap penghantaran.	65
	4.3.5	tahap fleksibel.	66
	4.5	Faktor-faktor lain yang mempengaruhi prestasi syarikat.	67

	4.6	Pengujian hipotesis	69
		Hipotesis 1: Terdapat hubungan antara kualiti dan prestasi syarikat.	70
		Hipotesis 2: Terdapat hubungan antara kos dengan prestasi syarikat.	70
		Hipotesis 3: Terdapat hubungan antara tahap penghantaran dengan prestasi syarikat.	71
		Hipotesis 4: Terdapat hubungan antara tahap fleksibel dengan prestasi syarikat.	71
	4.7	Regrasi	
BAB 5		RUMUSAN, KESIMPULAN DAN CADANGAN	
	5.1	Pengenalan	74
	5.2	Gambaran ringkas kajian	74
	5.3	Profil responden	75
	5.4	Penemuan utama kajian	77
	5.5	Cadangan	80
	5.6	Implikasi kajian	83
	5.7	Cadangan kajian akan datang	84
	5.8	Penutup	85
		Rujukan	87
		Lampiran A	101
		Soal selidik	102
		Lampiran B	110

SENARAI JADUAL

Jadual	Perkara	Muka surat
Jadual 1.1	Prestasi syarikat IKS berdasarkan tahap pengeluaran dan pertumbuhan.	2
Jadual 2.1	Jumlah jualan tahunan	9
Jadual 2.2	Bilangan pekerja sepenuh masa	10
Jadual 2.3	Definisi IKS Di Negara-Negara terpilih anggota APEC	11
Jadual 2.4	Jumlah keluaran, nilai tambah dan pekerja dalam syarikat IKS.	12
Jadual 2.5	Keluaran dalam negara kasar (KDNK) Malaysia	12
Jadual 2.6	Pengagihan daripada keluaran IKS dalam sektor perkilangan pada 2008.	13
Jadual 2.7	Peruntukan kepada Industri Kecil dan Sederhan (IKS) dalam bajet 2010.	14
Jadual 2.8	Perbandingan objektif prestasi yang diperolehi daripada ulasan karya.	24
Jadual 3.1	Senarai kilang IKS di Kawasan Perindustrian Padang Tembak dan bilangannya.	39
Jadual 3.2	Ringkasan mengenai soal selidik.	40

Jadual 3.3	Dimensi tentang pembolehubah berdasarkan soalan dalam soal selidik yang dipetik daripada sumber ulasan karya yang lepas dan bilangan soalan dalam soal selidik.	41
Jadual 3.4	Ringkasan tentang definisi tentang pembolehubah mengikut ulasan karya.	46
Jadual 3.5	Nilai Alpha Cronbach bagi kajian rintis	50
Jadual 4.1	Nilai Alpha Cronbach (N=112)	52
Jadual 4.2	Taburan responden mengikut jantina	52
Jadual 4.3	Taburan responden mengikut bangsa	53
Jadual 4.4	Taburan responden mengikut agama	53
Jadual 4.5	Taburan responden mengikut kelulusan	54
Jadual 4.6	Taburan responden mengikut umur	54
Jadual 4.7	Taburan responden mengikut pengalaman	55
Jadual 4.8	Taburan responden mengikut pendapatan bulanan	56
Jadual 4.9	Taburan responden mengikut penubuhan syarikat	57
Jadual 4.10	Taburan responden mengikut bilangan pekerja	57
Jadual 4.11	Taburan responden mengikut jenis perniagaan	58
Jadual 4.12	Faktor analisis dan kepercayaan untuk prestasi syarikat IKS.	62
Jadual 4.13	Faktor analisis dan kepercayaan untuk kualiti	63

Jadual 4.14	Faktor analisis dan kepercayaan untuk kos	64
Jadual 4.15	Faktor analisis dan kepercayaan untuk tahap penghantaran	65
Jadual 4.16	Faktor analisis dan kepercayaan untuk tahap fleksibel	66
Jadual 4.17	Perbezaan jantina terhadap kualiti	67
Jadual 4.18	Perbezaan jantina terhadap kos	68
Jadual 4.19	Perbezaan jantina terhadap tahap penghantaran	69
Jadual 4.20	Perbezaan jantina terhadap fleksibel	69
Jadual 4.21	Perbezaan jantina terhadap prestasi	70
Jadual 4.22	ANOVA satu arah antara kelulusan, umur, pengalaman, penubuhan, jumlah pekerja dan jenis pembuatan terhadap prestasi syarikat.	71
Jadual 4.23	Kolerasi antara kualiti dengan prestasi syarikat.	73
Jadual 4.24	Korelasi antara kos dengan prestasi syarikat.	74
Jadual 4.25	korelasi antara tahap penghantaran dengan prestasi syarikat.	74
Jadual 4.26	korelasi antara tahap fleksibel dengan prestasi syarikat.	75
Jadual 4.27 (a)	Pengaruh strategi pembuatan terhadap prestasi syarikat IKS.	75
Jadual 4.27 (b)	Pengaruh strategi pembuatan terhadap prestasi syarikat IKS	75
Jadual 4.27 (c)	Pengaruh strategi pembuatan terhadap prestasi syarikat IKS	76
Jadual 5.1	Jenis piawaian antarabangsa.	85

SENARAI RAJAH

Rajah	Perkara	Muka surat
Rajah 1	Kesan daripada prestasi operasi	21
Rajah 2	Tahap – tahap produk	29

SENARAI SINGKATAN

Singkatan	Maksud
IKS	Industri Kecil dan Sederhana
KDNK	Keluaran Dalam Negara Kasar
PKS	Perusahaan Kecil dan Sederhana
ECER	Wilayah Ekonomi Pantai Timur
MTR	<i>Malaysia Trading House</i>
KOMITA	Konsortium Usahawan Makanan Dan Industri Asas Tani Sdn. Bhd.
WTO	Pertubuhan Perdagangan Sedunia
SMIDEC	<i>Small Industries Development Corporation</i>
NSDC	Majlis Pembangunan PKS Kebangsaan
TEKUN	Tabung Kumpulan Usaha Niaga
MPPIPB	Persatuan Pengilang Dan Industri Perkhidmatan Bumiputera Malaysia
JAKIM	Jabatan Agama Islam Malaysia
GMP	Amalan Pengilangan Terbaik
HDC	Perbadanan Pembangunan Industri Halal
HACCP	Analisis Bahaya Dan Titik Kawal Yang Kritikal
ROA	Pulangan Aset
ROI	Pulangan Pelaburan

ROS	Pulangan Jualan
PKINK	Perbadanan Kemajuan Iktisad Negeri Kelantan
MARA	Majlis Amanah Rakyat
ANOVA	Analisis Varians

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang

Assalammualaikum Warahmatullah

Alhamdulillah, syukur kepada Allah SWT kerana dengan izin, rahmat serta limpah kurnia-Nya kajian ini dapat disiapkan dengan sempurna.

Setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih buat Dr. Sany Sanuri B. Mohd Mokhtar selaku penyelia kajian di atas bimbingan, tunjuk ajar dan curahan ilmu yang diberikan selama kajian ini berjalan sehingga berjaya disiapkan serta tidak lupa juga kepada Encik Romle B. Hassan selaku penilai dalaman yang turut membantu melengkapkan lagi kajian ini.

Penghargaan ini ditujukan khas buat Ayah dan Ibu tercinta, Adnan@Nasir Abdullah dan Zaini Mohd. Salleh yang sentiasa mendoa, member nasihat serta perangsang kepada saya untuk menjayakan kajian ini. Buat kakak, abang dan adik, terima kasih yang tidak terhingga di atas dorongan dan semangat yang diberikan.

Sekalung penghargaan turut ditujukan kepada pengusaha kilang Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di kawasan Padang Tembak, Kelantan. Akhir sekali, tidak lupa buat teman-teman seperjuangan serta pihak yang terlibat secara langsung atau tidak langsung yang turut sama menghulurkan pertolongan serta kerjasama untuk menjayakan kajian ini. Semoga kajian ini akan menjadi perangsang dan pendorong untuk saya terus menimba ilmu serta melanjutkan pengajian ke peringkat Ijazah Kedoktoran, Insya Allah.

Sekian. Wassalam

Zaim Shah Bin Adnan@Nasir

Ijazah Sarjana Pengurusan Perniagaan (MBA)

Unit Pengajian Siswazah, Universiti Utara Malaysia.

July 2009

DEDIKASI

Istimewa kajian ini didekasikan untuk

Ayah dan Ibu yang tercinta

Adnan@Nasir Abdullah & Zaini Mohd. Salleh

Dan

untuk yang dikasihi

Zarina Adnan@Nasir

Zarianty Adnan@Nasir

Zariandy Adnan@Nasir

Zulkarnaim Adnan@Nasir

Serta

Semua pihak yang terlibat dalam menjayakan kajian ini.

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pengenalan

Industri Kecil dan Sederhana (IKS) di Malaysia boleh didapati dalam pelbagai industri seperti mana negara-negara lain di dunia ini. IKS merupakan pemangkin utama kepada pertumbuhan Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) negara. Selain itu, kelahiran IKS juga dapat membantu kerajaan dalam meningkatkan pendapatan negara secara umumnya, kewujudan IKS ini bertujuan untuk mengurangkan jurang kemiskinan di kalangan penduduk dan dalam masa yang sama meningkatkan pendapatan perkapita penduduk, mewujudkan agihan pendapatan sekata, mengurangkan kadar inflasi dan mewujudkan imbalan pembayaran yang lebih seimbang. Ketidaktentuan ekonomi dunia dan ditambah pula dengan harga bahan mentah yang tidak menentu memaksa IKS mengatur strategi terutamanya dalam strategi pembuatan yang seterusnya akan memberi kesan terhadap prestasi syarikat IKS.

Pada tahun 2007, pertumbuhan produktiviti Perusahaan Kecil dan Sederhana (PKS) adalah pada 5.3% dengan nilai sebanyak RM46.6 juta, pertambahan daripada RM44.2 juta pada tahun sebelumnya. Produktiviti yang meningkat disebabkan oleh pewujudan nilai tambah dan penggunaan kapasiti yang lebih tinggi dalam subsektor terpilih. Pertumbuhan produktiviti yang tinggi terutamanya dalam subsektor kimia dan keluaran kimia (16.5%) disebabkan oleh pelaburan berterusan dalam teknologi moden dan kemajuan dalam proses pengeluaran yang mendorong kepada penyampaian produk dan perkhidmatan nilai tambah yang tinggi. Ini dapat dilihat dengan jelas melalui jadual 1.1 di bawah tentang jumlah dan hasil pada setiap tahun.

The contents of
the thesis is for
internal user
only

Rujukan

Amoako-Gyampah, K. (2003). "The relationship among selected business environment factors and manufacturing strategy: insights from an emerging economy", *Omega*, Vol.31, pp.287-301.

- Archibald, R.B., Haulman, C.A., Moody, C.E. Jr (1983). "Quality, price, advertising and published quality rating". *Journal of Consumer Research*, Vol.9, pp.347-56.
- Baird, L., Meshoulam, I. (1988). "Managing two fits of strategic human resource management". *Academy of Management Review*, Vol. 13 No.1, pp.116-28.
- Bates, T. (1990). "Entrepreneur human capital inputs and small business longevity". *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 72 No.4, pp.551-9.
- Beaumont, N., Schroder, R. and Sohal, A. (2002). "Do foreign-owned firms manage advanced manufacturing technology better?". *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 22 No. 7, pp. 759-71.
- Bennett, R., Robson, P. (1999). "The use of external business advice by SME's in Britain", *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 11 No.2, pp.155-80.
- Bergmann Lichtenstein, B.M., Brush, C.G. (2001). "How do resource bundles develop and change in new ventures? A dynamic model and longitudinal exploration". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 25 No.3, pp.37-59.
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W., Wngel, J.F. (2001). *Consumer behavior*, 9 th ed., College Publishers, Fort Worth, TX.
- Boeker, W. (1997). "Executive migration and strategic change: the effect of top manager movement on product-market entry". *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42 pp.213-36.

- Bolton, R.N., Drew., J.H. (1991). "A multi-stage model of customer' assessment of service quality and value". *Journal of Consumer Research*, Vol. 17, pp. 375-64.
- Bovee, C.L., Houston, M.J., Thill, J.V. (1995). *Marketing*. McGraw-Hill, New York, NY.
- Brah, S., Tee, S. and Rao, B. (2002). "Relationship between TQM and performance of Singapore companies". *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 36 No.3, pp. 359-79.
- Brooksbank, R., Kirby, D. A., and Wright, G. (1992). Marketing and company performance: An examination of medium size manufacturing firms in Britain. *Small Business Economics*, pp.221-236.
- Budak, G. (1993). *Izmir' de KOBİ' ler neredede? Sorunlari nasil cozulur?.* Izmir ticaret Odasi Yayini, Izmir.
- Carter, M.F., (1986). Designing flexibility into automated manufacturing system. *Proceedings of the Second ORSA/TIMS Conference on FMS*. Ann Arbor, Michigan, pp. 107-118.
- Cavana., R.Y., Delahaye., B.L.K. and Sekaran., U. (2001). *Applied business research: Qualitative and Quantitative method*. John Wiley & Son Australia, Ltd., Milton.
- Christiansen et al. (2003). A mapping of competitive priorities, manufacturing practices and operation performance in groups of Danish manufacturing companies. *International Journal of Operations & Production Management*, 23 (10): 1163-1187.
- Coakes, S. J. & Steed, L. (2007). *SPSS version 14.0 for windows*. Australia: John Wiley & Sons.

- Cooper, R. G, Kleinschmidt, E.J. (1987). “ New products: what separates winners from losers?”, *Journal Of Product Innovation Management*, Vol. 4 pp. 169-84.
- Cowan, C, Sexton, R (1997). *Ireland’s Traditional Foods*. Dublin: Teagasc.
- Cravens, D. (1994). *Strategic Marketing*. Irwin, Homewood, IL.
- Cressman, George E., Jr., (2004). Rapping What You Saw. *Marketing Management*, 13 (2) 34-40.
- D’ Aveni, R. A. (1995). “Coping with Hypercompetition: Utilizing the New 7’s Framework”. *Academy of Management Executive*, 9, 3, 45-57.
- Dangayach and Deshmukh, (2001). Practice of manufacturing strategy: evidence from select India automobile companies. *International Journal of Production Research*, 39 (11): 2352-2393.
- De Meyer at al., (1989). Flexibility: the new competitive battle – the manufacturing futures survey. *Strategic Management Journal*, 10: 135-114.
- Denison T. and Mc Donald M. (1995). The role of marketing past, present and future. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, Vol.1(1), pp. 54-76.
- Dewan, R., B. Jing, and A. Seidmann (2000). “Adoption of Internet Based Product Customization and Pricing Strategies”. *Journal of Management Information Systems*, 17, 2, 9-28.
- Dixon, N.M. (1999). *The organizational Learning Cycle: How We Can Learn Collectively*, 2 nd ed., Gower, Aldershot.

ECER tembusi pasaran halal. United Kingdom (2009, Mei 16). Utusan Malaysia.

Edwards, CD. (1968). "The meaning of quality". *Quality Progress*, Vol.1, pp.36-9.

Ferdows et al. (1986). Lasting improvement in manufacturing performance: in search of new theory. *Journal of Operation Management*, 9 (2): 168-184.

Fitzgerald, L, Johnston, R, Brignall, S, Silvestro, R, Voss, C (1991). *Performance Measures in Service Business*, pp.7-9.

Flynn, B.B., Sakakibara, S., Schroeder, R.G. (1996). "The interrelationship between JIT and TQM: practice and performance". *Academy of Management Journal*, Vol.39.

Fozian Ismail (2001). Peluang dan Cabaran Masa Depan Industri Pembuatan Dalam Era Globalisasi. Kertas Kerja yang dibentangkan di Konvensyen IKS: Persediaan Ke Arah Perdagangan Global Menjelang AFTA 2003, Kota Bharu, Kelantan, 25-26 Mei 2001.

Gagne M.L. and R. Disenza (1995). *Target Costing*. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.10, No.1, pp.16-22.

Garvin, D.A. (1984). "What does product quality really mean?". *Sloan Management Review*, Vol.26, pp.25-43.

Garvin, D.A. (1987). "Competing on the eight dimensions of quality". *Harvard Business Review*, Vol. 65, pp. 101-9.

Gilmore, H.L. (1974). "Product conformance cost". *Quality Progress*, Vol.7, pp. 16-19.

Groocock, J.M (1986). *The Chain of Quality*. John Wiley & Sons, New York, NY.

- Gunn, T.G. (1987). *Manufacturing for Competitive Advantage: Becoming a World Class Manufacturing*, Ballinger, Cambridge, MA..
- H. Hergeth (1996). Costing in Textile. *Journal of the Textile Institute*, Vol. 87, Part 3, pp. 98-108.
- Halim Kazen, Gokhan Ozer and Ayse Tansel Cetin (2006). The effect of manufacturing strategies on financial performance. *Emerald Group Publishing Limited*, Vol. 10, No. 1, pp. 14-26
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition. Upper Saddle River, NJ: Printice Hall.
- Hambrick, D.C., Mason, P.A. (1984), "Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers", *Academy of Management Review*, Vol. 9 No.2, pp.193-206.
- Hayes, R.H. and S.C. Whellwright (1979). Link manufacturing process and product life cycles. *Harvard Business Review*. January-February: 133-140.
- Hill, T. (1994). *Manufacturing Strategy: Text and Cases*, 2 ed., Richard D. Irwin, Homewood, IL.
- Hiromoto, T. (1991). Restoring the relevance of management accounting. *Journal of Management Accounting Research* (3): 1-15.
- Holbrook, M.B., Corfman, K.P. (1985). "Quality and value in consumption experience: Phaedrus rides again", in Jacoby, J., Olson, J.C. (Eds), *Perceived Quality: How Consumers View Stores and Merchandise*, D.C. Heath and Company, Lexington, MA, pp. 31-57.

- Honig, B. (2001), "Human capital and structural upheaval: a study of manufacturing firms in the West Bank". *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No.6, pp.575-94.
- Ilbery, B, Kneafsey, M (1997). *Working paper 3, Regional Images and Quality Products and Service: A Conceptual Framework*. Division of Geography, University of Coventry, Coventry.
- Ilbery, B, Kneafsey, M (1998). "Product and place: promotion quality products and services in the lagging rural regions of the European Union". *European Urban and Regional Studies*, 5, 329-341.
- Iran herman (2004). *Statistik dan analisis data sains sosial*. Penerbitan Ustara, Kedah.
- Jabatan Perangkaan (1997). "*Survey in Manufacturing Sector*", Jabatan Statistik: Kuala Lumpur.
- Jabatan Perangkaan (2008). *Kaji selidik tahunan tentang industri perkilangan*, Malaysia.
- Jacoby, J. Olson, J.C (1971). "Price, brand name and product characteristics as determinants of perceived quality". *Journal of Applied Psychology*, Vol. 55, No. 6, pp.570-9.
- Jacoby, J., Olson, J.C. (1977). "Consumer response to price: an attitudinal, information processing perspective", in Wind, Y., Greenberg, M. (Ess). *Moving Ahead with Attitude Research*, American Marketing Association. Chicago, IL,.
- Jahera, J.S., Lloyd, W.P. (1992). "Additional evidence on the validity of ROI as a measure of business performance". *The Mid-Atlantic Journal of Business*, Vol.28, No.1, pp. 105-20.
- Jiang, P., Zhou, G., Lia, Y. (2002). "ASP-driven e-service platform for web-based online manufacturing". *Intergated Manufacturing Systems*, Vol. 13, No.5, pp. 306-18.

- Jovan, V. (2002). "The specifics of production scheduling in process industries". *Proceedings of IEEEICIT'02*. Bangkok, Thailand, pp. 1049-54.
- Juran, J.M., Gryna, F.M. Jr., Bingham, K.S (1974). *Quality Control Handbook*.
- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., Tsuji, S. (1984). " Attractive quality and must-be quality, translation from Hinshitsu Quality'. *The journal of the Japanese Society for Quality Control*, Vol. 14 No.2.
- Kamarulzaman Pid (2009). Alasan tidak munasabah: Pasar raya besar enggan pasar produk IKS Bumipetera. *Harian Metro*.
- Kathuria, R. (2000). Competitive priorities and managerial performance: a taxonomy of small manufactures. *Journal of Operations & Production Management*, 11(3): 135-144.
- Kavrakoglu, I. (1993). "Kucuk sanayide rekabet gucu ve kalite". *Kucuk Sanayinin Sorunlari Semineri*, ITO, Istanbul, No.1993-5.
- Kementerian Perdagangan Antarabangsa dan Industri (2008). *Peluang dan kemudahan di MITI dan Agensi untuk bumiputera*. Chapter 5.
- Keys, L.K., Balmer, J.R., Creswell, R.A. (1987). "Electronic manufacturing process system cost modeling and simulation tools", *IEEE Transactions on Components, Hybrids and manufacturing Technology*, Vol. 10, No.3, pp.401-10.
- King, N., Anderson, N. (2002). *Managing Innovation and Change: A Critical Guide for Organizations*, Thomson, London.

- Kinsey, J. (1987). "Marketing and the small manufacturing in Scotland: findings of a pilot survey". *Journal of Small Business Management*, Vol.25, No.2, pp.18-25.
- Koh, S., Demirbag, M., Bayraktar, E., Tatoglu, E. and Zaim, S. (2007). "The impact of supply chain management practices on performance of SME's. *Industrial Management & Data System*, Vol. 107 No. 1, pp.103-24.
- Koonce, D., Judd, R., Sormaz, D., Masel, D.T. (2003). "A hierarchical cost estimation tool", *Computers in Industry*, Vol. 50, No. 3, pp. 293-302.
- Kotler, P. (1991). *Marketing Management*. Printice-hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Kotler, P. (1996). *Marketing Management*, 8th ed, Printice-hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*, 9th ed, Printice-hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Lancaster, K. (1966). "A new approach to consumer theory". *Journal of Political Economy*, Vol. 74 pp. 132-57.
- Laporan SME (2007).
- Leowenthal, K.M. (1996). *An introduction to psychological test ans scales*. 141.
- Li, I. (2000). "Manufacturing capability development in a changing business environment", *Industrial Management & Data System*, Vol.100, No.6, pp.261-70.
- Lussier, R.N., Pfeifer, S. (2001), "A cross-national prediction model for business success". *Journal of Small Business Management*, Vol. 39 No.3, pp.228-39.

- M. J. Morgan (1993). A case study in target costing – accounting Strategy, in: *Management Accounting*, May, pp. 20-24.
- M. L. Gagne and R. Disenza (1995). Target Costing. *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol. 10, No. 1, pp. 16-22.
- McCarthy, E.J., Perreault, W. (1993). *Basic Marketing*. Irwin, Homewood, IL.
- McWilliams, Gray (2001). How Dell Fine-Tune Its PC pricing To Gain Edge in a Slow Market. *The Wall Street Journal*, (June 8, Friday) A1.
- Mohd Khuzairi Ismail (2008). Harga minyak bukan penentu. *Utusan*.
- Mohd Khuzairi Ismail (2009). IKS lonjak ekonomi negara. *Utusan*.
- National SME Development Council (2005).
- Morash, E.A., Droge, C.L.M, Vickery, S.K. (1996). “Strategic logistics capabilities for competitive advantage and firm success”. *Journal of Business Logistics*, Vol.17, pp.1-22.
- Morgan, R. and Hunt, S. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), pp. 20-38.
- Neuman, W.L. (2003). *Social Research Methods: Qualitative & Quantitative Approaches* 5 th ed. Pearson Education, Inc. USA.
- Noor (2009). *Pengusaha IKS perlu pelbagaikan produk*. Besoline.
- Ostwald, P.F. (1992). *Engineering Cost Estimating*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

- Parasuraman, A., Berry, L.L., Zeithaml, V.A. (1991). "Refinement and assessment of the SERVQUAL scale". *Journal of Retailing*, Vol.67, No.4, pp.420-50.
- Piercy, N.F., Kaleka, A., Katsikeas, C.S. (1998), "Sources of competitive advantage in high performing exporting companies". *Journal of World Business*, Vol. 33 No.4, pp.378-93.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. The Free Press, New York, NY.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Press, New York, NY.
- Promosi rasa malaysia bantu iks tembusi pasaran eksport (8 Nov,2006). *Bernama*.
- Quelch, J.A., Hoff, E.J. (1986). "Customizing global marketing". *Harvard Business Review*, Vol. 64, pp. 59-68.
- Ramamurthy, K. (2001). "The influence of planning on implementation success of advanced manufacturing technology". *IEEE Transactions on Engineering Management*, Vol. 42, No. 1, pp. 35-49.
- R. Cooper (1995). *When Lead Enterprises Collide – Competing through Confrontation*, Boston.
- Reddy, J., Berger, A. (1983). "Three essentials of product quality". *Harvard Business Review*, Vol.61, pp.153-9.
- Reeves, C., Bednar, D. (1994). "Defining quality: alternatives and implications". *Academy of Management Review*, Vol.19, No.3, pp.419-45.

- Richardson, P.S., Dick., A.S., Jain, A.K. (1994). "Extrinsic and intrinsic cue effects on perceptions of store brand quality". *Journal of Marketing*, Vol. 58, No. October, pp.28-36.
- Roper, S. (1999), "Modeling small business growth and profitability", *Small Business Economics*, Vol. 13 pp.235-52.
- Rosliwaty Ramly (2006). Promosi 'Rasa Malaysia' bantu IKS tembusi pasaran eksport. *Bernama*.
- Salamoura, M. (2005). "A study relationship between acceptance of a new product and selective influencing parameters". *Department of Business Administration*, University of the Aegean, Chios, PhD thesis.
- Schonberger, R.J. (1986). World Class Manufacturing. *The Free Press*, New York, NY.
- Schroeder, R.G. (1993). *Operations Management Decision Making in the Operation Function*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Schroeder, R.G., Anderson, J.C., & Cleveland, G. (1986). The content of manufacturing strategy: an empirical study. *Journal of Operation Management*, 6 (4): 405-415.
- Sekaran U. (2000). Research methods for business: *A skill building approach* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sethi, A.K., Sethi, S.P. (1990). Flexibility in manufacturing: A survey. *International Journal of Flexible Manufacturing System* 2, 289-328.

- Shama, A. (1993). Marketing strategy during recession: a comparison of small firm and large firm. *Journal of Small Business Management*, Vol. 31 No. 3 pp. 62-72.
- Sheldon, D.F., Huang, G.Q., Perks, R. (1991). "Design for cost: past experience and recent development". *Journal of Engineering Design*, Vol.2, No.2, pp.127-39.
- Siu, W. (2000). Marketing and company performance of Chinese small firms in Hong Kong, *Marketing Intelligence And Planning*, Vol. 18 No. 5 pp. 292-307.
- Skinner, Wickham (1969). "Manufacturing Missing Link in Corporate Strategy". *Harvard Business Review*, May-Jun 1969, No.69312.
- Skinner, W. (1996). "Manufacturing Strategy on the "S" Curve," *Production and Operations Management*, 5, 1, 3-14.
- Slack, N., Chambers, S., Johnston, R. (2001). *Operations Management*, 3rd ed., Pearson Education Limited, Harlow.
- SME annual report (2007).
- Smith, P. (1999). "The learning organisation ten yearson a case study". *The Learning Organization*, Vol.6, No.5, pp.217-23.
- T. Hiromoto (1991). Restoring the Relevance of Management Accounting. *Journal of Management Accounting Research*, Fall, pp. 1-15.
- T. Tanaka (1993). Target Costing at Toyota. *Journal of Cost Management*, Spring, pp. 4-11.

- Thurbin, P.J. (1994). *Implementing the Learning Organisation: The 17-day Learning Programme*, Pitman Publishing, London.
- Usaha SME Packing bantu pengusaha IKS. (2007, Oktober 22). *Mstar online*.
- Venkatraman, N. (1990). "Performance implications of strategic coalignment: a methodological perspective". *Journal of Management Studies*, Vol.27, pp.19-41.
- Vignali, C, Vrontis, D, Dana, L (1999). *An International Marketing Reader*, Manchester Metropolitan University, Manchester.
- Wheelwright, S.C. (1998). Manufacturing strategy: Defining the missing link". *Strategic Management Journal*, Vol.5, pp.77-91.
- White, L.J. (1972). "Quality variation when prices are regulated". *The Bell Journal of Economics*, Vol.3, pp. 423-36.
- Wilson, R., Gilligan, C., Pearson, D. (1995). *Strategic Marketing Management*. Butterworth-Heinemann Ltd, London.
- Womack J.P., Jones, D.T., Ross, D. (1990). *The Machine that Changed the World*, Rawson Associates, New York, NY.
- X. Zhao et. Al. (2000). *Competitive priorities of enterprises in mainland China*. Chinese University of Hong Kong, China.
- Zaltman, G., Duncan, R., Holbek, J. (1973). *Innovations and Organizations*, Wiley, New York, NY.

<http://www.actetsme.org>

<http://www.bnm.gov.my/>

<http://www.epu.gov.my/>

<http://www.islam.gov.my/>

<http://www.mara.gov.my/>

<http://www.smebank.com.my/>

<http://www.statistics.gov.my/>

<http://www.treasury.gov.my/>